

In diesem Kapitel

- ✓ Wie LinkedIn überhaupt funktioniert
- ✓ Was Sie auf LinkedIn finden können und vor allem: wo
- ✓ Wie Ihre Startseite aussieht

Damit Sie mit LinkedIn sinnvoll umgehen können, sollten Sie sich zunächst mit der Oberfläche vertraut machen. Die Startseite von LinkedIn ist das wichtigste Element, das alle Funktionen enthält, die Sie zum Bedienen des Business-Netzwerks benötigen (siehe Abbildung 1.1).

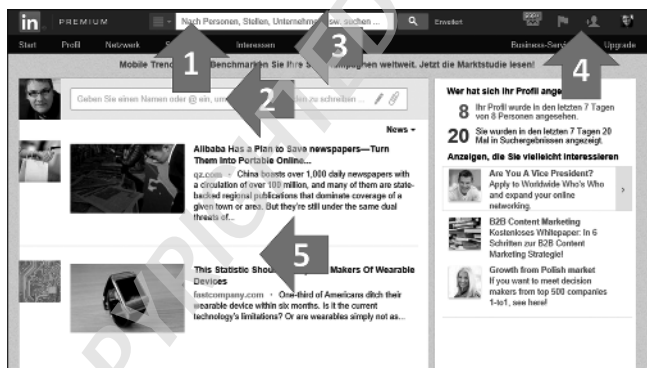


Abbildung 1.1: Die Oberfläche von LinkedIn

Die wichtigsten Elemente der Startseite sind:

1. **Das generelle Suchfeld.** Hier können Sie alles suchen: Unternehmen, Gruppen, Jobs oder auch Ihre Post. Die Suche berücksichtigt all diese Elemente. Über das kleine

Feld daneben lässt sich die Suche auf bestimmte Bereiche (Jobs, Kontakte ...) eingrenzen.

2. **Das Status-Updatefeld.** Hier können Sie zum Beispiel eingeben, dass Sie offen für Aufträge oder zwei Wochen im Urlaub sind. Durch das Kopieren und Einfügen eines Links können Sie auch Nachrichten teilen. Über die Klammer können Sie Präsentationen, Fotos oder auch Videos mit Ihrem Netzwerk teilen.
3. **Die Menüzeile.** Dies ist die Schaltzentrale von LinkedIn. Hier kommen Sie auf Ihr Profil, in Ihr Netzwerk, den Stellenmarkt und die Interessen (den Oberbegriff für Unternehmen, Gruppen und Alumni).
4. **Die Dashboard-Elemente.** Die kleinen Icons zeigen an, ob Sie neue Post, neue Interaktionen (zum Beispiel hat jemand auf GEFÄLLT MIR für einen Ihrer Beiträge geklickt) oder neue Kontaktanfragen haben. Wenn Sie mit der Maus über die Symbole fahren, öffnen sich Menüs mit den letzten Nachrichten, Interaktionen oder Kontaktanfragen.



Achten Sie auf die Symbole: Wenn diese ein rotes Briefzeichen bekommen, ist etwas Neues passiert: Sie haben eine Mail erhalten (linkes der drei Symbole), eine Interaktion fand statt (zum Beispiel hat jemand auf einen Forenbeitrag von Ihnen reagiert, mittleres Symbol) oder Sie haben eine Kontaktanfrage erhalten (rechtes Symbol). So können Sie sich schnell orientieren, wenn Sie LinkedIn besuchen.

5. **Die Timeline.** Hier finden Sie neue Gruppenbeiträge, Status-Updates Ihrer Kontakte, Neuigkeiten zu Ihren Kon-

takten (Kontakt hat neuen Kontakt, Geburtstag, Jubiläum und andere nützliche Hinweise, die einen Gesprächsanlass bieten könnten).

Wenn Sie mal nicht wissen, wo Sie sind, klicken Sie einfach oben links auf **START** oder auf das LinkedIn-Logo darüber. Damit kommen Sie immer auf die Startseite.

Die Menüzeile bildet die Schaltzentrale. Allerdings verschwindet sie, wenn Sie in der Timeline herunterscrollen. In dem Fall scrollen Sie einfach ganz oben zurück – dann erscheint die Menüleiste auch wieder. Alternativ klicken Sie auf das LinkedIn-Logo – dann wird die Startseite mit der Zeile neu angezeigt.

Eine besondere Bedeutung kommt dem Profilbildchen in der oberen rechten Ecke zu: Hier gelangen Sie zu den wichtigsten Einstellungen. Sie haben die folgenden Möglichkeiten (von oben nach unten):

- ✓ **Name:** Hier können Sie sich abmelden. An öffentlichen Rechnern oder in Ihrer Unternehmung sollten Sie das auch immer tun!
- ✓ **Konto Executive:** Übersicht der Kontenmodelle. Hier erfahren Sie, was Sie mit einem Kontoupgrade bei LinkedIn erreichen können (Wenn Sie ein kostenfreies Konto haben, steht dort **KONTO: STANDARD**).
- ✓ **Stellenanzeigen:** Hier verwalten Sie die von Ihnen aufgegebenen Stellenanzeigen.
- ✓ **Werbung:** Hier verwalten Sie Werbung, die Sie selbst geschaltet haben.

- ✓ **Unternehmensseite:** Hier verwalten Sie Ihre Unternehmensprofile (Der Punkt ist nur vorhanden, wenn Sie mindestens ein Unternehmensprofil verwalten).
- ✓ **Sprache:** Hier ändern Sie die Sprache der Oberfläche von LinkedIn.
- ✓ **Datenschutz und Einstellungen:** Der wichtigste Punkt in diesem Menü: Hier kommen Sie zu den umfangreichen Einstellungen von LinkedIn.

Das Profil

Das Profil ist die Zentrale Ihrer Selbstdarstellung. Es gibt etliche Bereiche, die an- oder ausgeschaltet werden können, sodass nahezu jedes Profil anders aussieht. Trotzdem finden Sie bestimmte Elemente immer wieder. Damit Sie diese besser verstehen, erhalten Sie nun eine kurze Zusammenfassung, wie ein Profil aussieht und welche Elemente dort vorkommen.

- ✓ **Kopfbereich:** Hier sehen Sie die wichtigsten Angaben zu einem Nutzer, etwa Name, Job, Ort, aktuelles und frühere Unternehmen. Hier finden Sie auch die Buttons, mit denen Sie Nutzern Nachrichten senden, sich mit ihnen vernetzen, sie blocken oder empfehlen und ihr Profil als PDF speichern können. Ein kleiner Text zeigt die letzte Konversation mit diesem Nutzer an.
- ✓ **Kontaktbereich:** Hier finden Sie die Kontaktkoordinaten des Nutzers. Dieser Bereich ist nur bei Ihren Kontakten sichtbar. Wenn ein LinkedIn Mitglied die Blogging-Funktion von LinkedIn benutzt, stehen die letzten drei Beiträge genau unter seinem Kontaktbereich.

- ✓ **Über mich:** Dieser Bereich ist nicht einheitlich, da man seine Bestandteile nach Belieben ausfüllen, aber auch verschieben kann. Die Zusammenfassung muss nicht oben stehen, auch wenn dies sinnvoll ist. Der Bereich enthält die Angaben zum beruflichen Werdegang, zu Fähigkeiten, Projekten (wichtig für Freiberufler), ehrenamtlichen Tätigkeiten, Ausbildung, Sprachkenntnissen und so weiter
- ✓ **Kenntnisse und Kenntnisbestätigungen:** Dieser Bereich kann einen großen Teil des Profils ausmachen. Hier stehen Ihre Kenntnisse (zum Beispiel Projektmanagement, Finanzen, Controlling oder Social Media). Diese können von Ihren Kontakten bestätigt werden. Man spricht hier von *Endorsements* (Das deutsche Wort »Bestätigung« habe ich in diesem Zusammenhang noch nie gelesen).
- ✓ **Empfehlungen:** Hier stehen die Empfehlungen, die Ihre Kontakte Ihnen ausgesprochen haben.
- ✓ **Kontakte:** Hier sehen Sie die Kontakte des Nutzers. Allerdings lässt sich diese Anzeige ausschalten; der Block wird bei dem besuchten Profil dann nicht mehr eingeblendet. Gemeinsame Kontakte sind gesondert gekennzeichnet und werden zuerst angezeigt.
- ✓ **Gruppen:** Hier sehen Sie die Gruppen, in denen der Nutzer Mitglied ist.
- ✓ **Folgen:** Hier werden die Themen und Interessen angezeigt, denen der Nutzer folgt. Untergliedert ist dieser Bereich nach Meinungsbildnern, News, Unternehmen und Ausbildungsstätten.



Achten Sie beim Besuch fremder Profile auf Bereiche, die mit **GEMEINSAM** gekennzeichnet sind. So wird immer angezeigt, wenn Sie gemeinsame Kontakte oder Interessen haben oder in denselben Gruppen sind. Diese Informationen können Ihnen bei einem Gesprächseinstieg sehr nützlich sein.

Die Informationen am rechten Rand können Ihnen helfen, wenn Sie zum Beispiel Freiberufler suchen.

- ✓ **Personen mit ähnlichem Profil wie:** Hier werden Personen angezeigt, die vom beruflichen Werdegang und den räumlichen Gegebenheiten dem gerade betrachteten Profil ähneln.
- ✓ **Weitere angesehene Profile:** Eine Auswahl von Profilen, die in diesem Zusammenhang auch angeschaut worden sind.
- ✓ **Gemeinsam mit:** Ein weiteres interessantes Feld: An dieser Position werden Gemeinsamkeiten mit dem besuchten Profil angezeigt. Gleiche Gruppen, gleiche Arbeitgeber oder auch dieselben Interessen bieten die Möglichkeit, sich gezielt auf Gespräche vorzubereiten. Aber auch der Blick auf alte Bekannte kann nützlich sein. So ergeben sich immer wieder Gemeinsamkeiten, von denen man nichts wusste.

Das Unternehmen

Genau wie Personen können Unternehmen ein Profil besitzen. Nutzer, die bei einem bestimmten Unternehmen arbeiten, werden diesem zugeordnet. So können Sie schnell erkennen, wen Sie in einem Unternehmen kennen und welche Verbindungen Sie dazu haben.

Das Unternehmensprofil ist an sich kostenfrei und kann von jedem angelegt werden. Deswegen bietet es sich als Präsentationswerkzeug für kleine Unternehmer oder auch Freelancer an. Stichwort Präsentation: Die Unternehmensprofile werden von den Unternehmen selbst angelegt: Deswegen sind die Texte auch oft eher marketinglastig. Der Wert liegt wie immer in der Verknüpfung: Wer hat das Unternehmen empfohlen? Wer arbeitet dort? Welche Verbindungen habe ich mit dem gesuchten Unternehmen?

Sie finden die Unternehmensprofile über drei Wege:

1. **Das Suchfeld:** Ganz oben befindet sich das generelle Suchfeld. Hier können Sie den Unternehmensnamen direkt eingeben.
2. **Die Unternehmensübersicht:** Hierhin gelangen Sie über den oberen Menüpunkt INTERESSEN. Wenn Sie mehreren Unternehmen folgen (deren Nachrichten abonniert haben) erhalten Sie hier auch die chronologische Reihenfolge aller Nachrichten der abonnierten Unternehmen. Eine Suche wird an dieser Stelle nicht gezielt angeboten.
3. **Verlinkungen:** Sowohl in der Berufsübersicht von Nutzern als auch über Stellenanzeigen finden Sie die Unternehmen. Diese sind verlinkt, Sie können von der Angabe direkt auf das Unternehmensprofil springen.

Aufgebaut sind die Unternehmensprofile immer gleich. Nachfolgend deshalb eine Übersicht der enthaltenen Elemente.

Wenn Sie im Unternehmensprofil navigiert haben, so kommen Sie über START wieder auf die präsentierte Seite.

- ✓ **Karrieren:** Dies finden Sie nicht auf jedem Unternehmensprofil. Die Karriereseiten sind ein kostenpflichtiges Produkt von LinkedIn. Hier kann sich ein Unternehmen als Arbeitgeber positionieren, Unternehmensvideos schalten und Karrierepfade aufzeigen.
- ✓ **So sind Sie verbunden:** Dieser Bereich ist der interessanteste. Es wird angezeigt, welche Kontakte bei einem Unternehmen arbeiten – zuerst die Kontakte ersten Grades (also die direkten Kontakte), dann die zweiten Grades und zum Schluss die Kontakte dritten Grades. Sie erkennen auch, wie viele Mitarbeiter dieses Unternehmens ein LinkedIn-Profil besitzen. Direkt untereinander werden die Anzahl der direkten Kontakte, die Anzahl der Kontakte zweiten Grades und die Anzahl der Mitarbeiter, die bei LinkedIn diesem Unternehmen zugeordnet sind, angezeigt. Die Zahlen sind anklickbar und führen zu einer Suche, die diese Nutzer anzeigt. In diesem Block befindet sich auch der Link ALLE ANZEIGEN. Dahinter verbirgt sich eine voreingestellte Suche zu den Mitarbeitern des Unternehmens.

Die Verbindungen sind die wertvollsten Informationen. Nutzen Sie sie; es gibt mehr Gelegenheiten, als Sie denken. Nicht nur bei Vorstellungsgesprächen, sondern auch beim Besuch eines neuen Kunden oder beim Kontaktieren eines neuen Dienstleisters ist das Unternehmensprofil wertvoll.



Profitipp: Wenn Sie sich bewerben möchten, nutzen Sie die Suche, um sich ehemalige Mitarbeiter des Unternehmens anzuschauen. Dies kann Ihnen einen Hinweis darauf geben, ob gerade viele Mitarbeiter

das Unternehmen verlassen. Hierzu klicken Sie zuerst auf den Link ALLE ANZEIGEN. In der folgenden Suche entfernen Sie das Häkchen von den Unternehmen und setzen es bei FRÜHERES UNTERNEHMEN. Danach erhalten Sie eine Liste der ehemaligen Mitarbeiter des Unternehmens. Vielleicht wurde dieselbe Position in kurzen Abständen mehrfach neu besetzt? Das könnte ein Signal sein, sich näher zu erkundigen.

- ✓ **Folgen:** Sie können einem Unternehmen folgen. Dieses Folgen ist die Business-Version des Facebook-»Like«: Künftig erhalten Sie dadurch die Informationen des Unternehmens in Ihrer Timeline. Neben dem Button steht eine Zahl, die die Anzahl der folgenden Nutzer anzeigt. Mit einem Klick darauf zeigen Sie die Follower an. Das Folgen ist somit öffentlich – allerdings hält sich bei Unternehmen wie Siemens mit weit über einer halben Million Follower die Wahrscheinlichkeit in Grenzen, dass sich das jemand anschaut. Bei kleinen Unternehmen ist es aber durchaus interessant.
- ✓ **Beschreibung:** Die Beschreibung ist eigentlich selbsterklärend. Obwohl LinkedIn sie multilingual anbietet, findet man gerade bei internationalen Unternehmen einen englischen Text. Dieser wird nur angeteasert, das heißt, Sie müssen auf MEHR klicken, um ihn ganz lesen zu können. Danach sehen Sie auch Angaben zu Unternehmensgröße, Branche, Mitarbeiterzahl, Gründungsdatum oder Hauptsitz.
- ✓ **Aktuelle Updates:** Dieser Bereich enthält die chronologische Auflistung der Neuigkeiten, die das Unternehmen publiziert hat.

- ✓ **Fokussseite:** Ergänzend zum Unternehmensprofil können Unternehmen sogenannte Fokussseiten anlegen. Diese werden in der englischsprachigen Oberfläche *Showcases* (Schaukästen) genannt, ein Begriff, den ich ganz zutreffend finde. Mit Hilfe der Fokussseiten können sich Unternehmen gezielt auf bestimmte Themen konzentrieren. So hat BASF etwa Fokussseiten für einzelne Branchen wie Automotive, Construction oder Aerospace. Es lohnt sich also, rechts nach Fokussseiten Ausschau zu halten.
- ✓ **Stellenanzeigen:** Wenn das betrachtete Unternehmen Stellenanzeigen geschaltet hat, werden diese mit dem Unternehmensprofil verknüpft.
- ✓ **Vorgestellte Gruppen:** Unternehmen können auch einzelne Gruppen mit ihrem Unternehmensprofil verknüpfen. So können Betrachter zum Beispiel auf Gruppen für Events oder Alumni aufmerksam gemacht werden.
- ✓ **Social Ads:** Wundern Sie sich nicht, wenn Sie auf der rechten Seite Ihr eigenes Konterfei anlächelt: Es handelt sich dabei um die Technik der Social Ads. So soll Aufmerksamkeit auf die Karriereseiten gelenkt werden. Diese Social Ads erscheinen nur, wenn das Unternehmen die kostenpflichtigen Karriereseiten gebucht haben. In der ersten Fassung wurden Social Ads auch für andere Nutzer eingesetzt (Zum Beispiel wurde ein Kontakt angezeigt mit der Überschrift, er habe einen Job bei dem Unternehmen gefunden). Diese Technik wurde aber nach Protesten wieder aufgegeben. Ihr Bild wird also nur Ihnen gezeigt.



Der Blick ins Unternehmensprofil kann gerade bei kleineren Unternehmen eine wichtige Informationsquelle sein und in verschiedenen Situationen im Vorfeld für Recherchezwecke hilfreich sein.

Der Stellenmarkt

Eine zentrale Funktion (nicht überraschend in einem Karrierenetzwerk) kommt der Stellenbörse zu. Mittlerweile hat LinkedIn unter den sozialen Netzen die größte Stellenbörse: Nur XING hat tendenziell so viele Stellenanzeigen, Facebook mit seiner JobApp ist für den deutschsprachigen Raum weit abgeschlagen. Direkt im Top-Menü kommt man zu der LinkedIn-eigenen Stellenbörse.

Stellenangebote suchen

Wenn Sie über die obere Menüleiste gehen, finden Sie den Einstieg zum Stellenmarkt. Fast 10.000 Positionen sind im Schnitt im ersten Quartal 2014 dort täglich verzeichnet, davon allerdings 3.000 Praktika. Hier agiert das amerikanische Business-Netzwerk politisch korrekt und diskriminiert niemanden: In den vorgeschlagenen Jobs finden sich immer Praktika, auch wenn Sie Geschäftsführer und über 40 sind.

Gesucht wird wie bei Google in einem Allzweckfeld, wo Sie Ihre Präferenzen eingeben (zum Beispiel Projektleiter Bonn oder Fertigung Daimler). Alle, die es etwas genauer möchten, nutzen die erweiterte Suche. Hier können Sie weitere Präferenzen vorgeben, etwa die Postleitzahl und anschließend den maximalen Radius (*Geotargeting* genannt) oder auch die Branche und den Tätigkeitsbereich. Wer es noch genauer möchte, kann auch auf WEITERE OPTIONEN gehen.



Ich klicke immer auf den SUCHEN-Button, ohne irgendetwas eingegeben zu haben. Dann erhalte ich ein Suchergebnis, das alle Jobofferten ausgibt (voreingestellt auf meine Postleitzahl). Danach kann ich die Suche mit weiteren Parametern beliebig eingrenzen. Unter anderem kann ich meine Berufserfahrung so einschränken, dass die Praktika nicht mehr angezeigt werden. Achten Sie nach der ersten Ausführung der Suche auf die rechte Seite. Dort sehen Sie kleine Kästchen, die anzeigen, wie viele Jobs es in welchem Bereich gibt und so weiter. Sie können darüber die Suche beliebig eingrenzen.

Eine eingegrenzte Suche können Sie auch speichern und zu einem späteren Zeitpunkt entweder erneut ausführen oder als Mail abonnieren. Dazu müssen Sie den kleinen Link **SUCHE SPEICHERN** in fröhlichem IT-Grau rechts oben in den Suchergebnissen zuerst finden und dann drücken. Jetzt definieren Sie, ob Sie niemals, täglich, wöchentlich oder monatlich eine Mail mit neuen Ergebnissen erhalten möchten.

Unter dem Suchfeld werden von LinkedIn Vorschläge generiert. Wenn man die Praktika einmal beiseite lässt, passen diese Vorschläge meiner Erfahrung nach auch ganz gut und laden zum Surfen ein. Weiter unten folgen Vorschläge aus dem persönlichen Netzwerk. Diese sind aber nicht mehr auf das Land eingegrenzt: So werden mehrere Tausend Jobs bei Amazon offeriert, wobei nur 18 Stellen auf Deutschland entfallen (Anfang 2014). Inwieweit man international flexibel ist, sei dahingestellt.

Die Stellenanzeigen bieten einiges, was man nicht unbedingt vermutet. Neben den klassischen Elementen der

Selbstbeweihräucherung und der Stellenbeschreibung kann man sich über den Button **AUF UNTERNEHMENSSEITE BEWERBEN** zur Seite des Unternehmens führen lassen. Bei manchen Unternehmen kann man sich auch mit Hilfe von LinkedIn direkt über **JETZT BEWERBEN** bewerben. Dann wird die Bewerbung von LinkedIn generiert, man darf noch zusätzlich eine Vita oder Zeugnisse hochladen.

LinkedIn scheint einige statistikverliebte Ingenieure unter seinen Mitarbeitern zu haben. Wenn man sich die Stellenanzeigen genauer anschaut, findet sich auch die Anzahl der Bewerber – allerdings nur derjenigen, die sich über LinkedIn beworben haben. Wenn sich mindestens zehn Bewerber gefunden haben, weist LinkedIn Statistiken zu diesen aus. Sie sind anonymisiert; man sieht also nicht, wer sich beworben hat.

Wenn Sie unter dem Bereich mit der Anzahl der Bewerber auf den Button **ERHALTEN SIE MEHR EINBLICKE** klicken, wird rechts ein großer Bereich aufgeklappt. Hier finden Sie Informationen, aus welchem Umfeld die Bewerber stammen: Karrierelevel, Top-Kenntnisse, wie sie mit dem Unternehmen vernetzt sind. Diese Informationen können Ihnen helfen, sich einen Überblick zu verschaffen, ob sich eine Bewerbung lohnt und in welcher Liga Sie spielen, und darüber nachzudenken, wo Ihre eigenen Stärken liegen. Passen diese auf die Stellenanzeige, können Sie den Fokus darauf legen, um sich abzuheben. Gleiches gilt für Karrierelevel oder Ausbildungsstand. Sind Sie hier gegenüber den anderen Bewerbern im Vorteil, können Sie Ihre Chancen auf die Position erheblich verbessern.



Für Unternehmer bietet der Stellenmarkt auch einen Direkteinstieg zur Verwaltung der platzierten Job-Offerten. Hier können Sie entweder neue Stellenanzeigen aufgeben oder bereits geschaltete Inserate verwalten. Darunter finden Sie die eigene Verwaltung als Stellensuchender: Sie können sich sowohl von Ihnen gespeicherte Stellen als auch Suchaufträge erneut anschauen bzw. diese neu ausführen.

Foren oder Gruppen

LinkedIn bietet die Möglichkeit, sich in Gruppen auszutauschen. Im deutschsprachigen Raum werden diese häufig Foren genannt – ich verwende beide Begriffe. Bevor Sie sich an einem Forum beteiligen können, müssen Sie erst Mitglied werden. Die meisten Gruppen sind englischsprachig, aber es gibt auch schon etliche deutschsprachige Foren. Sie finden die Gruppen unter dem Menüpunkt INTERESSEN.

Zu Beginn sehen Sie allerdings im rechten Bereich lediglich den Hinweis 0 GRUPPEN. Darunter schlägt LinkedIn Ihnen automatisch thematisch passende Gruppen vor – je mehr Sie in Ihr Profil bereits eingetragen haben, desto spezifischer sind diese Vorschläge.

Wenn Sie den Namen einer Gruppe anklicken (ob sie Ihnen nun vorgeschlagen wurde oder ob Sie sie über die allgemeine Suche gefunden haben), sehen Sie zunächst nur allgemeine Informationen über die Gruppe und einen Button, der zum Beitritt in die Gruppe dient. Es gibt auch »offene Gruppen«. Diese lassen auch für Nichtmitglieder das Lesen und Verfolgen von Diskussionen zu. Sie erkennen die offenen Gruppen daran, dass Sie schon beim ersten Besuch

nicht nur einen Einleitungstext, sondern bereits Diskussionen oder Stellenanzeigen sehen. Sie können maximal 50 Gruppen beitreten!

Die Gruppen sind immer gleich aufgebaut. Sie haben mehrere Reiter als Menüleiste:

1. **Diskussionen:** Hier sind die laufenden Diskussionen zu finden.
2. **Werbung:** Eine eigene Registerkarte für Werbung sorgt dafür, dass der eigentliche Diskussionsbereich Fachbeiträgen vorbehalten bleibt.
3. **Stellenmarkt:** Hier können Stellenangebote und -gesuche veröffentlicht werden.
4. **Suche:** Die Suche hilft, etwas in einer Gruppe wiederzufinden. Auch kann man hier seine eigenen Beiträge verfolgen.
5. **Verwaltung:** Hier finden Sie generelle Einstellungen. Besonders hilfreich: Legen Sie fest, ob Sie Mails möchten – und wenn ja, wie häufig.

Unter dem Gruppenbild ist ein leeres Textfeld. Hier können Sie eine Diskussion beginnen, aber auch Links zu interessanten Artikeln veröffentlichen. Rechts finden Sie Gruppenmitglieder und sehen auch, wie aktiv Sie in einer Gruppe sind.



Wenn Sie an einer Diskussion teilnehmen und ein neuer Beitrag dazu veröffentlicht wird, erhalten Sie eine E-Mail mit dem Beitragstext. Falls Sie direkt antworten möchten, können Sie dies auch über Ihr E-Mail-Programm tun, indem Sie auf ANTWORTEN kli-

cken. Ihr Beitrag wird dann automatisch unten an die Diskussion angehängt.

Sie sollten sich an thematisch interessanten Gruppen orientieren. Es gibt auch Spaßgruppen, aber Hand auf Herz. Nur zum Spaß haben Sie sich nicht auf LinkedIn angemeldet, oder?



Mehr zur sinnvollen Nutzung von Gruppen erfahren Sie in Kapitel 6.

Ihre Startseite

Eine zentrale Bedeutung kommt der Startseite von LinkedIn zu. Diese Seite bekommen Sie angezeigt, wenn Sie bei LinkedIn starten. Sie hat drei Elemente:

1. Grundlage der Navigation (oberer Bereich)
2. die Timeline (linker Bereich)
3. zentrale Funktionen (rechter Bereich)

Die Navigation habe ich schon erläutert. Nun beschäftige ich mich mit der Timeline und den Funktionen, die auf der Startseite zu finden sind.

Die Timeline

Die Timeline (oder Zeitleiste; der Begriff hat sich allerdings nicht durchgesetzt) ist die Informationsgrundlage von LinkedIn. Es lohnt sich immer, dort hineinzuschauen. Sie setzt sich aus verschiedenen Elementen zusammen:

- ✓ Gruppen-Updates
- ✓ Informationen zu Kontakten (hat eine neue Stelle, hat ein Jubiläum, hat neue Kontakte etc.)
- ✓ Updates von Unternehmen, denen Sie folgen
- ✓ Neuigkeiten zu Ihren Interessen
- ✓ Jobvorschläge

LinkedIn zeigt die Updates in chronologischer Reihenfolge an. Anders gesagt: Im Gegensatz zu Facebook haben Sie realistische Chancen, ein interessantes Update zu einem späteren Zeitpunkt auch wiederzufinden. Dabei kann diese Timeline durchaus überquellen, gerade wenn Sie viele Kontakte besitzen. Dies wird noch dadurch verstärkt, dass nicht jeder bereit ist, täglich bei LinkedIn vorbeizuschauen. Machen Sie sich daher lieber rechtzeitig Gedanken, wie die Timeline beschaffen sein soll.



Zu viele Informationen schaden: Sie werden das Interesse verlieren. Dosieren Sie die Updates so, dass Sie diese auch hin und wieder anschauen können. Machen Sie dies davon abhängig, wie viele Kontakte Sie besitzen, in wie vielen Gruppen Sie aktiv sind und vor allem, wie häufig Sie bei LinkedIn vorbeischaun.

Um die Timeline zu beeinflussen, gehen Sie folgendermaßen vor:

Wenn Sie die kleine Klappbox unter ALLE UPDATES auswählen, erscheint an letzter Position der Punkt ANPASSEN. Hier kommen Sie zu den Einstellungen der Timeline. Am wichtigsten sind die Updates Ihrer Kontakte: Hier liegt ja der eigentliche Sinn eines Business-Netzwerks. Alles Weitere ist variabel: Ist

es für Sie beispielsweise wichtig, ob jemand ein neues Profilfoto hat? Dasselbe gilt für die News oder Karrierechancen. Diese Informationen können nützlich sein; wenn Sie jedoch wenig Zeit zum Lesen der Updates aufwenden möchten, können Sie viele davon abschalten und sich so auf das Wesentliche konzentrieren.

Außerdem können Sie die Timeline auf der persönlichen Ebene beeinflussen und einzelne Personen ausblenden (siehe Abbildung 1.2).

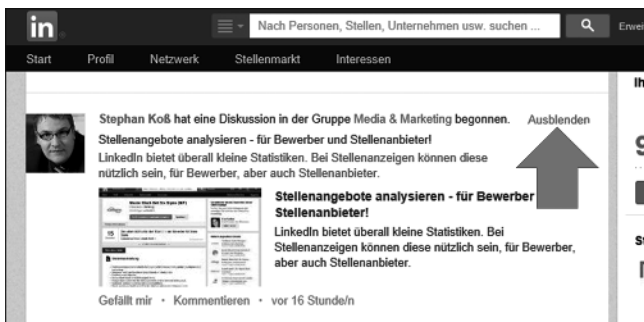


Abbildung 1.2: Wer nervt, fliegt raus! Ausblenden von Personen aus der Timeline

Wenn Sie mit der Maus auf ein Update zeigen, erscheint ein Link mit der Aufschrift **AUSBLENDEN**. Über diesen können Sie einzelne Personen ausblenden. Einfache Regel: Wer nervt, fliegt raus. Es gibt immer wieder Kontakte, die man als solche durchaus behalten möchte, die aber alles liken, was nicht bei Drei auf dem Baum ist. Je mehr Kontakte und je weniger Zeit Sie für die Nutzung von LinkedIn haben, desto restriktiver sollten Sie mit den Einstellungen umgehen.

Sie können mit der Timeline auch interagieren. So findet sich unter den einzelnen Updates die Möglichkeit, entweder GEFÄLLT MIR zu klicken, etwas zu teilen (und somit dem eigenen Netzwerk zur Verfügung zu stellen), etwas zu kommentieren oder weiterzuleiten.

Die Funktionen

Im rechten Seitenbereich finden Sie verschiedene mehr oder weniger nützliche Informationen. Unter weniger nützlich verstehe ich ANZEIGEN, DIE SIE VIELLEICHT INTERESSANT FINDEN – eine schöne Umschreibung für »Werbung«. Andere Funktionen haben durchaus Mehrwert:

- ✓ **Personen, die Sie vielleicht kennen:** Diese Funktion ist am sinnvollsten, wenn Sie noch relativ neu bei LinkedIn sind. LinkedIn vergleicht Profil, Arbeitgeber, Alumni, aber auch ihre Twitter-Kontakte (Wenn Sie Twitter angegeben haben). Die Vorschläge werden aber mit wachsendem Netzwerk uninteressanter.
- ✓ **Profile, die Sie besucht haben:** Hier finden Sie die Chronologie der aufgerufenen Profile. Dies kann nützlich sein, wenn Sie zum Beispiel Personal für ein Projekt benötigen und sich die Profile verschiedener Personen angesehen haben. Die Navigation wird dadurch vereinfacht.
- ✓ **Wer hat sich Ihr Profil angesehen?** Hier werden die Besucher angezeigt, die Ihr Profil besucht haben. Allerdings ist die Liste nicht vollständig. So kann jedes LinkedIn-Mitglied in den Einstellungen definieren, dass es entweder gar nicht oder nur anonym angezeigt werden möchte. Auch wird differenziert, ob Sie Basis- oder

Premiummitglied sind. Basismitglieder sehen nur die letzten Besucher.

- ✓ **Wer hat sich Ihre Updates angesehen?** Statistische Übersicht, welche Verbreitung Ihre eigenen Updates haben. Die Funktion ist auf die letzten fünf Updates beschränkt.
- ✓ **Ihr LinkedIn-Netzwerk:** Zugriff auf die Kontakte und Anzeige des Netzwerks.
- ✓ **Vorschläge von LinkedIn:** Stellen, die Sie vielleicht interessieren, Gruppen, die Sie vielleicht interessieren, Unternehmen, denen Sie vielleicht folgen möchten.
- ✓ **Impressum:** Im Anschluss finden Sie die Links zu Seiten wie Impressum, Datenschutzerklärung oder Nutzungsbedingungen.